

ЗАЛІКОВІ ВИМОГИ

1. Поняття і сутність менеджменту.
2. Етапи управління.
3. Класифікація управління.
4. Види наукових підходів до управління.
5. Поняття та сутність організації.
6. Система управління та її елементи.
7. Рівні управління та носії управлінської структури організації.
8. Складові успіху, завдання та класифікація цілей організації.
9. Внутрішнє та зовнішнє середовище організацій, їх характеристика.
10. Культура організації.
11. Характеристика основних типів організаційних культур.
12. Сутність, значення та класифікація методів менеджменту.
13. Поняття методів менеджменту.
14. Економічні методи управління.
15. Адміністративні методи управління.
16. Соціально-психологічні методи управління.
17. Принципи менеджменту.
18. Поняття та класифікація функцій процесу управління
19. Функція планування менеджменту. Види планування.
20. Етапи планування.
21. Організаційна функція менеджменту. Правила організації управління.
22. Види організаційних структур.
23. Мотиваційна функція управління.
24. Контрольна функція менеджменту. Етапи процесу контролю.
25. Сутність та особливості керівництва. Вимоги до керівників.
26. Риси сучасного менеджера.
27. Влада. Види повноважень. Форми влади.
28. Лідерство. Теорії лідерства. Стили керівництва.
29. Сутність та зміст організації праці.

30. Етапи процесу організації праці в менеджменті.
31. Економічна ефективність управління.
32. Поняття маркетингу. Етапи розвитку маркетингу.
33. Цілі, принципи та завдання маркетингу підприємства.
34. Види маркетингу та їх характеристика.
35. Класифікація маркетингової інформації.
36. Зміст етапів проведення маркетингових досліджень.
37. Фактори, що впливають на поведінку покупців.
38. Сутність ринкового сегментування.
39. Етапи процесу сегментування ринку.
40. Сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики підприємства.
41. Етапи життєвого циклу товару.
42. Етапи розробки нового продукту.
43. Маркетингова політика спортивних організацій.
44. Асортимент та номенклатура товарів.
45. Роль і значення ціни. Класифікація цін.
46. Сутність, цілі та завдання маркетингової цінової політики підприємства.
Етапи процесу та методи ціноутворення.
47. Сутність, значення та завдання політики розповсюдження.
48. Функції та характеристики каналів розповсюдження. Характеристика каналів розповсюдження товару.
49. Складові системи товароруху.
50. Маркетингова політика комунікацій. Процес маркетингових комунікацій.
51. Переваги та недоліки засобів впливу маркетингової комунікації.
52. Реклама в системі маркетингових комунікацій.
53. Класифікація реклами та виконувані функції.
54. Етапи організації маркетингу на підприємстві.
55. Контроль маркетингової діяльності підприємства.
56. Основні напрями маркетингового аудиту.